CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

Marketplace

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Marketplace

Marketplace online é uma plataforma colaborativa, também denominada shopping virtual, onde um conjunto de empresas ofertam produtos e serviços no mesmo endereço, na internet. O processo de vendas, geralmente, fica sob responsabilidade do organizador, que disponibiliza aos usuários uma estrutura digital com formas de pagamentos seguras e cálculos de frete integrados.

SUMÁRIO

1 TIPOS DE MARKETPLACE
2 A QUEM DE DESTINA
3 QUANTO CUSTA
4 VANTAGENS E DESVANTAGENS
5 COMO FUNCIONA
6 COBERTURA GEOGRÁFICA
7 COMO FAZER A DIVULGAÇÃO

Na perspectiva do empresário, a infraestrutura e alto fluxo de visitantes são pontos fundamentais para a seleção do ponto de vendas. O principal objetivo deste canal é gerar demanda para as empresas ofertantes. Assim, quando a loja virtual contrata os serviços do marketplace, consequentemente se conecta a vários tipos de mídia, desde as digitais que envolvem redes sociais, links patrocinados, e-mail marketing, dentre outros, até as tradicionais, como rádio, televisão, jornais e revistas. A figura Abaixo representa essa dinâmica integrativa.

FIQUE ATENTO!

O Marketplace online apresenta características similares ao do shopping center. Na visão do cliente, alguns atributos, como variedade de produtos e serviços, segurança e praticidade, são fatores decisivos na escolha da plataforma para efetuar as compras.

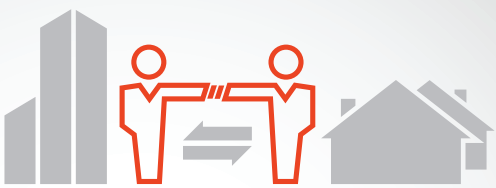
1 Tipos de Marketplace

Os Marketplaces on-line são agregadores de ofertas de produtos e serviços, gerando tráfego ao vendedor e vasto mix de produtos aos compradores. Os tipos mais comuns de marketplace on-line são:

B2B

BUSSINES-TO-BUSSINES

É a negociação eletrônica entre duas empresas.



B2C

BUSSINES-TO-CONSUMERS

É a negociação eletrônica entre empresas e consumidores finais.

(KOTLER; KELLER, 2013)

Este canal é recomendado para empreendedores individuais, micro, pequenas e grandes empresas que pretendam vender seus produtos e serviços ao consumidor final e à pessoa jurídica em ambiente virtual.

FIQUE ATENTO!

O Marketplace é uma excelente alternativa para empresas sem experiência, que estão iniciando no e-commerce e não querem realizar grande investimento financeiro com divulgação, segurança de site, diversidade de formas de pagamento, dentre outros.

2 A quem se **destina**

Para selecionar a plataforma mais adequada ao público-alvo do negócio, é importante que o empresário avalie o setor de atuação do marketplace on-line. Serão apresentados alguns sites, incluindo suas categorias e características.

Elo 7

Tipo: B2C - Abrangência: Nacional
Categorias: Plataforma especializada em vender produtos do segmento de artesanato.
Descrição: Atinge milhares de artesões que desejam entrar no universo on-line, sem que haja investimento em plataforma e em marketing digital.

Estante Virtual

Tipo: B2C - Abrangência: Nacional
Categorias: Especialistas em livros novos e usados
Descrição: Considerado o maior acervo do mundo em língua portuguesa, integra sebos e lojas que pretendem vender on-line livros novos e usados.

Canal da Peça

Tipo: B2C e B2B - Abrangência: Nacional
Categorias: Especialista em peças para carros e motos
Descrição: Ideal para o empresário que deseja vender peças para carros e motos e não dispõe de investimento inicial, nem conhecimento técnico para administrar sua plataforma.

Alibaba

Tipo: B2C e B2B - Abrangência: Internacional
Categorias: Cerca de 40 categorias
Descrição: Considerado o maior marketplace online do mundo, o Alibaba opera em uma plataforma globalizada, possibilitando ao vendedor apresentar seus produtos em mais de 90 países.

Mercado Livre

Tipo: B2C - Abrangência: nacional
Categorias: Cerca de 30 categorias que incluem diversos tipos de produtos e serviços.
Descrição: o Mercado Livre é ideal tanto para empresários que estão iniciando vendas on-line, como para os que já atraem alto fluxo de compradores no ambiente virtual. A plataforma dispõe da tecnologia de integração, permitindo que as grandes empresas administrem a demanda gerada no Mercado Livre a partir de suas plataformas.

3 Quanto **Custa**

Vender em ambiente virtual pode implicar elevados custos financeiros e operacionais, principalmente, relativos aos percentuais de cartões de crédito, manutenção da plataforma digital, logística e marketing.

O marketplace on-line reduz os custos com marketing digital das empresas participantes (VARGAS, 2016). É importante, entretanto, contabilizar as comissões cobradas com o objetivo de remunerar a plataforma pelos serviços oferecidos, que podem atingir 30% do volume de vendas.

4 Vantagens e Desvantagens

Vantagens

- Permite usufruir do sistema de pagamento integrado.
- Possibilita à empresa que está iniciando suas atividades on-line se tornar conhecida.
- Permite oferecer aos clientes fretes com condições diferenciadas, devido ao poder de barganha que a plataforma exerce sobre os parceiros especialistas em logística.
- Atrai alto fluxo de visitantes.
- Permite usufruir da estrutura tecnológica que engloba usabilidade, segurança e formas de pagamento diversas (COMSCHOOL, 2016).

Desvantagens

- Este canal é formado pela junção de empresas diversas, o que abre a possibilidade para que uma ou várias delas comprometam a imagem global da plataforma, seja descumprindo compromissos assumidos com os compradores, como prazo de entrega e qualidade dos produtos, ou até por conduta antiética.

5 Como **Funciona**

O marketplace online integra diversos lojistas vendendo em um mesmo espaço virtual, sendo comum que as lojas disponham de vasta variedade de produtos similares ou idênticos. É necessário que o empresário se destaque perante os concorrentes por meio da qualidade das imagens dos produtos, de descrições detalhadas, de entregas eficazes, de qualidade e de agilidade no atendimento. Esses atributos podem ajudar à empresa a fugir da guerra de preços e se revelar pelos diferenciais competitivos.

Cada marketplace tem um modelo de negócio diferente. Para entender a dinâmica deste tipo de canal, serão apresentados três pontos fundamentais a serem observados.

1 - Cadastro

O vendedor preenche um cadastro que é enviado à plataforma para análise. Após aprovação, o site é alimentado com as imagens e descrições dos produtos, passando a fazer parte de um grande catálogo eletrônico envolvendo empresas diversas.

Geralmente, as plataformas oferecem duas maneiras distintas de apresentar os produtos e serviços: inserindo as imagens manualmente ou utilizando ferramenta de automação que possibilite a integração do site da empresa com a plataforma, evitando que o empresário tenha que cadastrar produto a produto.

#dicas

✓ Quando há aumento no volume de vendas, administrar o marketplace em paralelo à loja virtual pode ocasionar aumento do custo da operação, pois é necessário transferir de forma manual as atualizações de estoque e o cadastro de novos produtos.

✓ A ferramenta de integração otimiza a operação da empresa por meio de importação automática das imagens e descrições dos produtos, sincronizando informações como o cadastro de novos produtos, a alteração de preço e o envio do código de rastreamento.

2 - Sistema de Pagamento

O sistema de pagamento, geralmente, é oferecido pelo próprio Marketplace, proporcionando ao cliente acesso às mais diversas formas de quitar as despesas realizadas no site, dentre elas: cartões de crédito, depósitos e boletos bancários. A plataforma se responsabiliza em repassar a quantia para a empresa parceira, que não precisa utilizar sistema próprio para o recebimento de valores referentes à venda.

3 - Frete

O cálculo do transporte das mercadorias, normalmente, é administrado pela plataforma, que informa ao cliente o tempo de entrega e o valor do frete. Após confirmação da compra, as informações são transmitidas para a empresa parceira, que passa a ser responsável pelo envio do produto.

6 **Cobertura** Geográfica

Esse canal de comercialização oferece ampla abrangência geográfica, atingindo consumidores nos setores da indústria e artesanato, comercio e serviços, nos âmbitos

- **Municipal**
- **Estadual**
- **Regional**
- **Nacional e**
- **Internacional.**

7 Como fazer a **Divulgação**

No marketplace online diversos concorrentes dividem o mesmo ambiente virtual e, em muitos casos, vendendo produtos similares ou iguais. Assim, é fundamental buscar meios de se destacar dentro da plataforma.

Imagem do produto

A empresa que seleciona imagens em boa resolução, com fundo branco, apresentando fotografias em diferentes posições, pode ter mais chance de se destacar no marketplace online, além de ajudar o cliente a conhecer melhor o produto e decidir a compra.

Palavra-chave

Plataformas de marketplace disponibilizam aos clientes ferramentas de busca para auxiliá-lo na localização do produto e serviço que desejam adquirir. Por isso, a escolha correta da palavra-chave é fundamental para o cliente localizar os produtos ofertados pela empresa.

Descrição detalhada do produto

Descrever o produto de forma detalhada e objetiva é uma forma de transmitir segurança ao cliente, auxiliando no momento da decisão. Além de apresentar descrições técnicas sobre o produto, como garantia, dimensões, cores ofertadas, funções, voltagens, pesos, tamanhos, dentre outras, é fundamental descrever os benefícos que o produto proporcionará ao cliente.

Vídeo

Utilizar vídeos, apresentando o produto e sua forma de uso, atrai a atenção dos consumidores indecisos.

Resposta imediata

As plataformas de marketplace, geralmente, permitem que o cliente tire dúvidas com o vendedor. É importante responder às perguntas o mais rápido possível, favorecendo a decisão do comprador.

Referências Bibliográficas

ALIBABA. Disponível em: http://www.alibaba.com/. Acesso em: 10 de Ago. 2016.

CANAL LAS PEÇAS. Disponível em: https://www.canaldapeca.com.br/. Acesso em: 10 de Ago. 2016.

COMSCHOOL. **Como funciona uma operação de Marketplace**. Disponível em: http://news.comschool.com.br/como-funciona-uma-operacao-de-marketplace/. Acesso em: Data 10 de Ago. 2016.

ELO 7. Disponível em: http://www.elo7.com.br/. Acesso em: 10 de Ago. 2016.

ESTANTEVIRTUAL. Disponível em: https://www.estantevirtual.com.br/. Acesso em: 10 de Ago. 2016.

EBIT. **WEBSHOPPERS 2016** . Disponível em: http://img.ebit.com.br/webshoppers/pdf/33_webshoppers.pdf. Acesso: em 10 Jul. 2016.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 14. Edição. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2013.

MERCADO LIVRE. Disponível em: http://www.mercadolivre.com.br/. Acesso em: 10 de Ago. 2016.

VARGAS, Stefani. **Como funciona o marketplace no varejo online?**. Disponível em: https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-funciona-o-marketplace-no-varejo-online/. Acesso em: Data 10 de Ago. 2016.

Ficha Técnica

CONSELHO DELIBERATIVO DO SEBRAE/CE

AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DO CEARÁ – ADECE
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DO CEARÁ – ACC
BANCO DO BRASIL S/A – BB
BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S/A – BNB
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF
CONSELHO ESTADUAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – CEDE
FEDERAÇÃO CEARENSE DAS ASSOCIAÇÕES DE MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE – FECEMPE
FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO ESTADO DO CEARÁ – FAEC
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES DO COMÉRCIO, INDÚSTRIA, SERVIÇOS E AGROPECUÁRIA DO CEARÁ – FACIC
FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO CEARÁ – FIEC
FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DO CEARÁ – FECOMÉRCIO
INSTITUTO EUVALDO LODI – IEL
SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE NACIONAL
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – SENAR-AR/CE
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ – UFC

DIRETORIA EXECUTIVA
Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Flávio Viriato de Saboya Neto

Diretor Superintendente
Joaquim Cartaxo Filho

Diretor Técnico
Alci Porto Gurgel Junior

Diretor Administrativo Financeiro
Airton Gonçalves Junior

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – SEBRAE/CE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n° 9.160/98).

INFORMAÇÕES E CONTATO
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Ceará – SEBRAE/CE

Unidade de Gestão e Desenvolvimento de Soluções
Av. Monsenhor Tabosa, 777 – Praia de Iracema
Fortaleza / CE – CEP: 60.165-011
0800 570 0800

www.ce.sebrae.com.br

Unidade de Gestão e Desenvolvimento de Soluções
Régis Dias – Articulador

Equipe Técnica
Marta Campêlo – Analista
Mônica Tomé - Analista

Consultora conteudista
Maria Helena Botelho Moreira de Deus Arruda

Revisão ortográfica e editoração eletrônica
Herf Consultoria em Gestão Empresarial LTDA